NIVEAUX ET VALEURS DE L'INTERPRÉTATION D'UN MESSAGE

Gheorghe Ilie Farte

NIVEAUX ET VALEURS DE L'INTERPRÉTATION D'UN MESSAGE

D'après une définition générale, mais parfaitement acceptable, l'interprétation est l'action de donner une signification (claire) à une chose (obscure ou ambiguë)[1]. Par conséquent, on peut affirmer tout d'abord que le phénomène de l'interprétation apparaît exclusivement dans l'univers sémiologique, en d'autres termes, là où certains objets perceptibles sont considérés comme signes.

Selon le critère de l'intentionnalité, toutes les interactions sémiologiques qui s'établissent entre deux personnes A et B incarnent au fond quatre types remarquables: (i) *l'influence réciproque inconsciente* (A émet involontairement un ensemble des signes que B réceptionne aussi sans intention), (ii) *l'observation* (A émet involontairement un ensemble des signes que B reçoit de manière délibérée), (iii) *l'inoculation* (A émet exprès un ensemble des signes que B capte inconsciemment) et (iv) *la communication* (A émet délibérément un ensemble des signes que B reçoit également avec intention). L'interprétation apparaît sous des formes spécifiques dans tous les quatre cas, mais elle se manifeste le plus clairement dans le contexte de la communication.

Attendu la polysémie déconcertante du terme „communication"[2], il faudrait adopter une opinion explicite sur le processus désigné, car il ne suffit pas de dire à ce point que l'intentionnalité „bilatérale" est une propriété caractéristique de la communication. Nous préférons formuler une telle opinion par les trois thèses suivantes:

(i) La communication ne se réduit pas à *l'action* d'émettre un ensemble de signes (dit *message*), même si on admettait qu'elle ne se réalise pas gratuitement, mais afin que quelqu'un consume le „contenu symbolique" transmis. Si nous identifiions (comme Harry A. Grace[3]) la communication avec l'émission d'un message, nous aurions l'avantage de distinguer nettement, sous un rapport bien défini (l'accomplissement de la réception du message), la „communication réussie" de la „communication échouée", mais nous contredirions le sens étymologique du terme „communication": *commūnĭco, āvī, ātum, āre* = mettre ou avoir en commun; 1. mettre en commun, partager; 2. recevoir en commun, prendre sa part de; 3. [décadence] entrer en relations avec quelqu'un[4]. Si personne ne se rapporte aux signes émis par quelqu'un, alors on ne se partage rien et aucune interaction ne s'établit. Dans ces conditions il ne s'agit pas d'une communication (ratée), mais tout au plus d'une tentative de communiquer.

(ii) La communication ne coïncide pas avec la *réaction* d'un individu à un ensemble de signes. Si nous assimilions la communication à la réception du message – comme l'ont fait Robert Hopper et Jack L. Whitehead, Jr.[5] –, nous effacerions le caractère interactif de la communication et estomperions la différence spécifique qui sert de séparation entre l'observation et la communication. La réalité et nos semblables nous „offrent" également des signes que nous captons et interprétons, mais les expériences sémiologiques sont différentes. Par exemple, quand je remarque les nuages qui obscurcissent le ciel et je conclus qu'il va pleuvoir ou quand je constate qu'une personne a rougi (inconsciemment) jusqu'aux oreilles et je déduis qu'elle est sous l'effet d'une émotion, je m'engage seulement dans une observation. Afin de communiquer, je dois associer mon acte de capter et interpréter le message à l'acte (délibéré) d'autrui d'émettre ce message.

---

[1] *Le Robert Micro. Dictionnaire de la langue française*, Dictionnaires Le Robert, Paris, 1998.

[2] Dans une étude très intéressante (*The 'Concept' of Communication*, en „Journal of Communication", 20, 1970, pp. 201-210), Franck E.X. Dance a commenté quinze définitions de la communication. On peut présumer que chaque domaine de la connaissance a une définition spécifique de la communication. (Cf. Lucien Sfez, *O critică a comunicării*, trad. roum., comunicare.ro, Bucureşti, 2002, p. 38.)

[3] *Confidence, Redundancy, and the Purpose of Communication*, en „The Journal of Communication", vol. 6, nr. 1, 1956, p. 17.

[4] Félix Gaffiot, *Dictionnaire illustré latin-français*, Librairie Hachette, Paris, 1934, p. 356.

[5] „Communication happens when messages are received and interpreted. It is not communication when we write a book. It is communication when you read and understand one". Robert Hopper et Jack L. Whitehead, Jr., *Communication Concepts and Skills*, Harper & Row, New York, 1979, p. 5.

(iii) En partageant jusqu'à une certaine limite le point de vue proposé par Dean C. Barnlud, nous soutenons que la communication est une transaction symbolique (volontaire) dans laquelle deux ou plusieurs personnes assignent *conjointement* des significations aux ensembles de signes[6]. Nous avons dit „jusqu'à une certaine limite“, parce que nous ne considérons pas – comme Dean Barnlud – que la communication soit un processus continu sans commencement et sans fin [6: 89]. L'assertion que „pour la plupart [des hommes] la communication commence à la naissance ou auparavant et continue sans interruptions sérieuses jusqu'à la mort“ [6: 90] est quasi équivalente à l'axiome métacommunicatif formulé par Paul Watzlawick – „Man kann nicht nicht kommunizieren“[7]– et établit le caractère fatal de la communication. Or si nous sommes „condamnés“ à communiquer, nous ne pouvons pas être confrontés aux règles de la communication, car les règles ne gouvernent, en général, rien que les comportements délibérés. Nous observons les règles (y compris les règles de la communication) exclusivement en ce qui concerne les comportements desquels nous pouvons nous abstenir. Afin d'aborder la communication dans une perspective normative, nous devons la traiter comme un processus *discontinu* à quoi les hommes s'engagent quand et comme ils le veulent.

Donc, au premier abord, la communication survient lorsque plusieurs personnes transmettent ou réceptionnent (volontairement) des messages, jouant alternativement le rôle du destinateur et le rôle du destinataire. Mais cet échange de messages peut être appelé à juste raison „communication“ pourvu qu'il entraîne un échange de significations. Deux questions redoutables doivent être élucidées ici: (i) Qu'est-ce que c'est à proprement parler la signification? (ii) Quelle sorte de relation subsiste entre la signification et le message?

(i) D'une part, la signification d'un signe ne se confond pas avec l'objet dénommé, dans la mesure où l'indication de cet objet ne suffit pas pour maîtriser tous les usages du signe. Ainsi, personne ne peut soutenir qu'il possède (entièrement) les significations des expressions „Jean-Pierre Raffarin“ et „ne“ seulement par le fait qu'il connaît leurs „porteurs“: le premier ministre français (d'aujourd'hui) respectivement la négation. D'autre part, la signification d'un signe ne comprend pas les idées que les hommes ont au moment de l'émission / réception du signe, parce qu'on ne peut pas les reconnaître et les mesurer par des critères externes. Ce qui ne peut pas être soumis au contrôle intersubjectif ne concourt pas à former la signification d'un signe. Par exemple, si on prononce le mot „liberté“, chacun d'entre nous a en tête un mélange d'idées. Il est probable que certaines idées se ressemblent, mais sans aucun doute beaucoup d'autres idées diffèrent. Or, qui est en état d'isoler ces idées communes et de nous garantir que c'est vraiment elles qui sont transmises dans le processus de la communication? N'étant localisées ni dans la réalité ni dans les têtes des interlocuteurs, les significations *apparaissent* dans les jeux du langage et consistent en *les usages* ou *les rôles* des signes qui sont consacrés par certaines conventions sociales[8]. En conséquence la signification d'un signe n'est pas une entité „privée“, c'est-à-dire le produit d'une expérience psychologique personnelle, mais un „bien public“ qui résulte d'un processus éminemment social. On peut dire aussi que la signification d'un signe ne dépend pas nécessairement des propriétés intrinsèques du stimulus respectif, mais des conventions sociales qui gouvernent son usage.

(ii) À propos de la relation entre la signification et le message, les opinions sont très diverses. Ainsi, pour Saundra Hybels et Richard L. Weaver, le message comprend les idées, les

---

[6] Dean C. Barnlud a défini la communication par la formule suivante: „[Communication] is not a reaction to something, nor an interaction with something, but a transaction in which man invents and attributes meanings to realize his purposes“. Cf. Dean C. Barnlud, *A Transactional Model of Communication*, en Kenneth K. Sereno et David Mortensen (eds.), *Foundations of Communication Theory*, Harper & Row, New York, 1970, p. 88.

[7] Paul Watzlawick, Janet H. Beavin et Don D. Jackson, *Menschliche Kommunikation*, 6. Auflage, Verlag Hans Huber, Bern, 1982, p. 53.

[8] Cf. Ludwig Wittgenstein, *Werkausgabe*, Band 4: *Philosophische Grammatik*, 4. Auflage, Suhrkamp, Frankfurt am Main, pp. 10; 21; 60; 63.

émotions et les sentiments que le destinateur veut transmettre au destinataire sous la forme matérielle des signes[9]. Dans une variante plus nuancée, Tatiana Slama-Cazacu affirme que le message – matériel – „porte avec soi aussi la signification“, de sorte que le destinataire reçoit de pair avec les stimuli perceptibles et les „germes productifs du sens“[10]. Par ailleurs, Jean Dubois et ses collaborateurs mentionnent que la signification n'est pas un élément pertinent pour la transmission du message, parce que „ce qui est transmis, c'est une forme et non un sens“[11]. En ce qui nous concerne, nous préférons suivre ce dernier point de vue, parce que l'opinion contraire – le message est formé d'idées, émotions et sentiments ou il „porte“ de telles entités – comporte au moins deux grands inconvénients. Premièrement, comme nous avons mentionné ci-dessus, il est pratiquement impossible de confirmer d'une manière objective que le destinataire ait assimilé un contenu subjectif du destinateur. En outre, même si nous acceptions qu'un tel transfert pourrait survenir, il resterait à expliquer pourquoi le destinataire ne comprend pas, comprend partiellement ou comprend erronément le message reçu. Deuxièmement, par ce traitement du message, le processus multiforme de la communication est réduit à sa dimension sémantique. Or, les interlocuteurs ne se servent pas de message exclusivement pour échanger des informations, mais aussi afin d'établir certaines relations sociales, d'influencer, de s'autorévéler, etc.

En conclusion, le message est un *instrument* utilisé par le destinateur et le destinataire pour réaliser les actes sémiques qui forment ensemble le processus de la communication. En tant qu'instrument, *le message n'a aucune signification, mais il reçoit des significations*, lorsqu'il sert pour arriver à certaines fins propres à la communication. Plus exactement, le message reçoit des significations grâce à l'action de signifier réalisée par le destinateur, respectivement à l'action de „re-signifier“, c'est-à-dire à l'action d'interpréter, accomplie par le destinataire.

L'acte de signifier s'accomplit à tous les trois niveaux sémiologiques – syntactique, sémantique et pragmatique – et peut être décomposé en six „sous-actes“ sémiques, qui correspondent *grosso modo* aux fonctions du langage déterminées par Roman Jakobson:

Les niveaux sémiologiques auxquels le destinateur communique avec le destinataire	**Les facteurs constitutifs de la communication qui sont visés**	**Les questions auxquelles le destinateur cherche à répondre[12]**	**Les actes sémiques qui sont accomplis par le destinateur et qui constituent ensemble l'acte globale de signifier**
NIVEAU SYNTAXIQUE	message	Quel ensemble de signes est-ce que je veux articuler?	acte d'émettre
	code	Quelles informations sur le code est-ce que je veux transmettre?	acte d'informer métasemique
NIVEAU SEMANTIQUE	situation	Á quoi est-ce que je veux me référer?	acte de dénoter
NIVEAU PRAGMATIQUE	destinateur	Qu'est-ce que je veux dire au destinataire me concernant ?	acte de s'autorévéler
	destinataire	Quelle influence est-ce que je veux exercer sur le destinataire?	acte d'influencer
	contact / canal	Quelle sorte de relation est-ce que j'ai avec le destinataire?	acte d'établir une liaison

1. La structure de l'acte de signifier

[9] Saundra Hybels et Richard L. Weaver, *Communicating Effectively*, Random House, New York, 1986, p. 8.
[10] Tatiana Slama-Cazacu, *Psiholingvistica – o ştiinţă a comunicării*, Editura ALL, Bucureşti, 1999, p. 104.
[11] Jean Dubois et collab., *Dictionnaire de linguistique et des sciences du lagage*, Larousse, Paris, 1994, pp. 298-299.
[12] Cf. Bernd Fittkau, Hans-Martin Müller-Wolf et Friedmann Schulz von Thun, *Kommunizierenlernen (und umlernen). Trainingskonzeptionen und Erfahrungen*, Westermann Verlag, Braunschweig, 1977, p. 21.

Ce qu'on peut observer tout d'abord lorsque deux personnes A et B en viennent à communiquer est le fait que A rassemble plusieurs signes (verbaux et non-verbaux) pour former un tout perceptible, le message. À ce niveau superficiel, le destinateur produit une signification minimale (syntactique) en choisissant et en combinant ingénieusement certains signes. Plus le message est insolite, bien structuré et attractif, plus sa signification syntactique et sa valeur rhétorique sont considérables.

Quel qu'il soit le message émis par le destinateur, il sert à informer le destinataire sur les signes et les règles de combinaisons afférentes qui constituent le code utilisé. Plus exactement, à l'aide du message, le destinateur indique le pouvoir contraignant du code, ses possibilités et ses limites. D'une part, la nouveauté du message met en évidence la liberté offerte par l'information du code, d'autre part, les platitudes syntactiques (inéluctables) du message illustrent les contraintes générées par la redondance du code. Il faudrait remarquer ici que la signification produite est aussi syntactique, mais elle est localisable dans le métalangage et non dans le langage-objet.

Au niveau sémantique, le destinateur informe le destinataire – en d'autres termes, il cherche à réduire l'incertitude du destinataire – concernant l'état et l'évolution des objets et des phénomènes qui constituent le cadre référentiel ou le contexte de la communication. La valeur de la signification sémantique produite est dépendante de la complexité du cadre référentiel et des connaissances préalables du destinataire. Plus le destinateur estime au juste ces connaissances préalables du destinataire en ce qui concerne le contexte, plus son acte de dénoter est exact et efficient.

Les plus importants actes sémiques qui constituent l'acte intégral de signifier sont réalisés évidemment au niveau pragmatique, puisque la communication a comme fin suprême la consolidation de la vie communautaire, y compris le resserrement des liens entre le destinateur et le destinataire.

En accomplissant l'acte de s'autorévéler, le destinateur divulgue au destinataire certains renseignements personnels (émotions, sentiments, impressions, attitudes, convictions, engagements, etc.), qui sont d'habitude cachés, afin de faciliter la communication présente[13]. Il convient que nous ajoutions à ce point quatre précisions: (i) l'acte de s'autorévéler est conscient et volontaire[14]; (ii) les informations personnelles sont inédites pour le destinataire; (iii) la divulgation n'est pas un acte gratuit, mais elle intensifie la communication; (iv) le destinateur s'autorévèle d'une manière honnête[15].

Pendant la communication, le destinateur cherche aussi à exercer une influence affective, cognitive ou pratique sur le destinataire. Il se manifeste dans ce contexte comme une personne libre, qui poursuit un but et qui est responsable des effets de l'acte réalisé. Donc, nous ne tenons pas compte ici des influences exercées de façon inconsciente par le destinateur, les influences qui ne surviennent pas dans la communication. Dans ces conditions, l'acte d'influencer est conditionné par l'établissement d'une coopération entre les deux protagonistes de la communication.

Enfin, la sixième partie de la signification produite par le destinateur apparaît comme un résultat de l'acte de lier. À mesure que le destinateur communique avec le destinataire, il établit, modifie ou annule certaines relations avec lui. Par exemple, le destinateur peut entamer un dialogue formel, dans lequel il exerce son ascendant sur le destinataire, mais aussi il peut ébaucher une

---

[13] Cf. Owen Hargie, *Self-disclosure*, en Owen Hargie (ed.), *A Handbook of Communication Skills*, Croom Helm, London & Sydney, 1986, pp. 230 sqq; Joseph A. DeVito, *The Communication Handbook*. A Dictionary, Harper & Row, New York, 1986, pp. 277-278.

[14] Il est indubitable que le destinataire peut acquerir plusieurs connaissances sur le destinateur en interprétant ses comportements involontaires, mais ces „comportements expressifs" n'interviennent pas dans le processus de la communication. Cf. Franklin Fearing, *Toward a Psychological Theory of Human Communication*, en Kenneth K. Sereno & David Mortensen (eds.), *Foundations of Communication Theory*, Harper & Row, New York, 1970, pp. 43-44.

[15] Si le destinateur dissimule les renseignements personnels au lieu de divulguer, il ne s'engage pas dans la communication, mais dans ce qu'on peut dénommer „anticommunication".

situation de communication informelle en suggérant une égalité de statut. Le respect ou le mépris, l'amour ou l'haine, l'intérêt ou l'indifférence, etc. sont des valeurs des relations sociales, que le destinateur manifeste nécessairement à l'égard du destinataire. Malheureusement (ou, peut-être, heureusement), peu de gens „voient" ces valeurs „derrière" le message.

Jusqu'ici nous avons analysé la contribution du destinateur à la réussite de la communication, plus exactement son acte complexe de donner (ou assigner) à tous les trois niveaux sémiologiques – syntactique, sémantique et pragmatique – une signification décomposable en six parties. Il n'est pas difficile d'entrevoir que la réplique du destinataire – l'interprétation – est un acte aussi complexe que la prestation du destinateur. Elle apparaît comme un acte de re-signifier (autrement dit, de *redonner* une signification multiforme) au message mis en jeu par le destinateur. Les actes sémiques qui constituent ensemble l'interprétation et qui produisent les significations spécifiques s'accomplissent aussi à tous les trois niveaux sémiologiques et visent tous les six facteurs constitutifs de la communication:

Les niveaux sémiologiques auxquels le destinataire communique avec le destinateur	**Les facteurs constitutifs de la communication qui sont visés**	**Les question auxquelles le destinateur cherche à répondre**	**Les actes sémiques qui sont accomplis par le destinataire et qui constituent ensemble l'interprétation**
NIVEAU SYNTACTIQUE	message	Quel ensemble de signes est-ce que je perçois?	acte de capter
	code	Quelles informations métasémiques ai-je reçu?	acte d'assimiler (progressivement) le code
NIVEAU SEMANTIQUE	situation	Á quoi est-ce que je dois me référer?	acte de „co-dénoter"
NIVEAU PRAGMATIQUE	destinateur	Qu'est-ce que je sais concernant le destinateur?	acte de discerner
	destinataire	Quelle réaction attend le destinateur de la part de moi?	acte de répondre
	contact / canal	Comme suis-je traité par le destinateur?	acte de relier

2. La structure de l'acte d'interprétation

Le destinataire fait le premier pas en avant vers l'interprétation du message en captant cet ensemble de signes comme un tout distinct. À ce point il s'agit tout simplement de l'interprétation du message comme message. Malgré les apparences, l'acte de capter réalisé ici n'est pas du tout facile. Il demande la capacité de distinguer les stimuli qui forment le message de tous les autres stimuli environnants. En outre, le destinataire doit traiter cet ensemble de stimuli comme un instrument de la communication, susceptible de recevoir plusieurs significations.

Après avoir isolé le message et l'avoir associé à une intention de communiquer, le destinataire continue l'interprétation au niveau syntactique, mais dans la sphère du métalangage. Il met en corrélation le message avec les signes et les règles d'usage qui constituent le code de la communication. La signification ainsi produite se manifeste par la capacité d'anticiper quelques éléments qui se succèdent dans le message et par l'habileté à rectifier tacitement les erreurs syntactiques commises par le destinateur. Chaque expérience (vécue comme destinataire) dans le champ de la communication est un nouveau pas vers l'assimilation progressive du code. Plus le destinataire reçoit des messages nombreux et variés, plus sa compétence en l'utilisation du code est appréciable et les „métasignifications" sont riches.

Dans la mesure où l'acte de recevoir les informations métasemiques a réussi, le destinataire peut passer au niveau sémantique en cherchant à mettre en corrélation le message avec les objets, les faits, les états de choses, les événements, etc. auxquels le destinateur s'était référé. L'ancrage du

message dans un cadre référentiel commun pour tous les protagonistes de la communication est une tâche très difficile, puisque l'acte de (co-) dénoter vise presque toujours d'une manière égale les „faits naturels", indépendants de la volonté humaine (les inondations, la pluie, l'équinoxe du printemps, un coucher de soleil, etc.), et les „faits institutionnels", qui existent seulement grâce à certains accords sociaux (les plébiscites, les guerres, les mariages, les droits du citoyen, etc.)[16]. Si le destinateur et le destinataire ne se rapportent pas de même manière à un fait (institutionnel) – comme par exemple l'avortement –, la communication entre eux échoue. Ce fait explique bien les malentendus entre un conservateur et un communiste, un athée et un croyant, un puritain et un sybarite, un Américain et un Irakien, etc.

La réaction du destinataire à l'acte de divulguer accompli par le destinateur – l'acte de discerner – concourt à la réalisation de l'interprétation pragmatique du message. Elle comprend les comportements conscients par lesquels sont décelés les éléments qui constituent l'état interne ou le concept de soi du destinateur: l'acuité des sens, l'exactitude du système conceptuel, les attitudes, la puissance de la volonté, la qualité de la mémoire, etc. Il faudrait remarquer que l'acte de discerner est cumulatif, il exclut l'observation des „comportements expressifs" du destinateur et il n'est pas une conséquence *sui generis* de l'acte de s'autorévéler. (Si quelqu'un s'autorévèle, il n'est pas nécessaire qu'un autre discerne les aspects manifestés.) En pratiquant assidûment l'acte de discerner, le destinataire arrive à connaître ce que le destinataire est en réalité et surtout ce qu'il croit qu'il est.

Conscient du fait que le destinateur ne communique pas gratuitement avec lui, mais pour satisfaire à certains besoins, le destinataire doit reconnaître et accepter (comme un motif de ses réactions) l'intention d'influencer assumée par son interlocuteur. Or, en quelque sorte contrairement à ce qu'on attendrait, le destinateur dissimule partiellement cette intention et ne laisse pas entendre d'une manière claire quelle sorte de réponse il attend à son influence. Pourquoi? Parce qu'il doit masquer le caractère stratégique de son acte sémique afin que le destinataire n'ait pas le sentiment d'être manipulé. Dans ces conditions, il est improbable qu'un destinataire inexpérimenté donne une réponse adéquate à l'influence exercée par le destinateur. Ainsi, les étudiants qui suivent un cours pourraient croire que le professeur demande seulement une réponse cognitive, c'est-à-dire l'assimilation de certaines connaissances. Or, il est possible que le destinateur attende aussi une réaction affective – par exemple, le gain de la sympathie ou de l'admiration des étudiants – ou une réponse pratique (e.g. la création d'un centre de recherche scientifique). L'absence de telles réactions affecte considérablement la qualité de la communication.

L'acte de relier – la dernière partie de l'interprétation pragmatique – a comme but la „négociation" de la plus avantageuse relation sociale avec le destinateur. Lorsque le destinataire accepte de communiquer avec le destinateur, il cherche un rapport de forces favorable, mais il assume aussi la règle que le pouvoir doit être exercé exclusivement d'une manière acceptable au point de vue social. Autrement dit, en communiquant avec le destinateur, le destinataire adhère à l'ordre social établi et met en jeu la politesse ou le „savoir-vivre", c'est-à-dire, „l'un des systèmes de normes qui s'efforcent de juguler la violence entre les êtres humains, de créer une socialité relativement harmonieuse"[17]. Donc, par l'acte de relier, le destinataire redonne au message la plus importante signification pragmatique, qui préserve la cohésion sociale.

Après avoir décomposé l'acte de l'interprétation en six sous-actes conjoints, nous sommes en mesure de le caractériser à l'aide de trois valeurs fondamentales: la précision, la complétude et l'adéquation.

---

[16] La distinction faits naturels-faits institutionnels a été bien motivée par John R. Searle dans le livre *Realitatea ca poiect social* (trad. roum., Polirom, Iaşi, 2000).

[17] Moto Miho et Jean Dulck, *Barage contre la violence*, en Régine Dhoquois (ed.), *La politesse*. Vertu des apparences, Éditions Autrement, Paris, 1991, p. 130.

En tenant compte de la définition générale du terme *précis* – „qui ne laisse place à aucune indécision dans l'esprit“ [1: 1040] –, on peut dire qu'une interprétation a la qualité désignée, seulement si les significations (re-) données au message sont rigoureusement délimitées. Or, notre modèle d'analyse de l'interprétation, qui comprend les trois niveaux sémiologiques „classiques“ et les six facteurs constitutifs de la communication consacrés par Roman Jakobson, offre la possibilité de faire une telle délimitation nette. Pour ne prendre qu'un exemple, ceux qui lisent cet article peuvent lui redonner six significations distinctes (mais conjointes): deux au niveau syntactique (s'ils perçoivent le texte et le mettent en correspondance avec le code), une au niveau sémantique (s'ils se rapportent au cadre référentiel de l'auteur) et trois au niveau pragmatique (s'ils cherchent à déceler les traits personnels de l'auteur, s'ils reconnaissent et acceptent l'influence exercée sur eux, respectivement s'ils imaginent une relation sociale avec l'auteur).

Le modèle théorique mis en jeu dans cet article permet d'interpréter d'une manière exhaustive chaque message. Évidemment il ne s'agit ici que d'une complétude de principe et dans une certaine perspective, parce que, en réalité, personne ne peut réunir dans un contexte donné toutes les significations possibles d'un message. Qui pourrait connaître entièrement les facteurs constitutifs de la communication, afin de produire les significations afférentes complètes?

Enfin la valeur de l'adéquation concerne la convenance entre l'interprétation du destinataire et l'acte de signifier du destinateur. Un message reçoit une interprétation adéquate seulement si le destinataire reconnaît l'intention de communiquer du destinateur, il l'accepte comme point de repère pour ses actes sémiques et il agit conformément à la complexité de l'acte de signifier réalisé par le destinateur. Donc, au contraire de ce qui a lieu dans d'autres situations sémiologiques, l'interprétation n'a pas comme but l'attribution de toutes les significations possibles à un message, mais l'assignation des significations qui concordent avec les significations produites par le destinateur.

Pour conclure, l'habileté d'évoluer également à tous les trois niveaux de la communication (syntactique, sémantique et pragmatique) et d'agir en rapport avec tous les facteurs constitutifs de ce processus (message, code, situation, destinateur, destinataire et contact), la capacité de distinguer tous les objectifs que le destinateur cherche à atteindre dans la communication et la disponibilité de répondre d'une manière adéquate aux actes sémiques du destinateur donnent la possibilité d'accomplir une action très importante dans le contexte de la communication: l'interprétation.

Lect.dr. Gheorghe-Ilie Fârte
Université „Al.I. Cuza“ Iassy
Faculté de Philosophie
Bvd. Carol I, N°. 11
700506-Iasi
Roumanie
farte@uaic.ro